

商品史研究の意義と今後の課題

経済学部助教授 寺本益英

2002年8月9日に行なわれた社会経済史学会近畿部会夏季シンポジウムは同志社大学の石川健次郎教授がオーガナイザーを務められ、「なぜ、商品を買うのだろうか ―商品史のドアー」をテーマに報告・討議が行なわれた。本論評では、石川教授がシンポジウムをもとにまとめられた同一タイトルの論稿を取り上げるが、これまでの社会経済史研究であまり扱われなかった商品史研究の重要性が明快に論じられている。（『同志社商学』第54巻第5・6号、2003年。）

まず石川教授は商品史研究の意義について、「商品、生活、社会の密接な相互関係の内実を歴史的に整理し、その含意を研究すること」と述べられているが、従来の研究では消費よりも生産、それも経済発展を主導した大企業の生産活動に関心が集まっていたように思われる。また経済の方向性を決めるほどの政策決定ならともかく、大衆消費生活の変化は劇的ではないため、本格的な考察の対象にならなかったのも事実である。

さてここで石川論文をもとに、商品史研究の分析視角について論じることになろう。あらためて述べるまでもなく現代は消費社会であり、私たちのまわりは商品で埋めつくされている。起床から就寝に至るまでの1日の生活のなかで、我々はいったいくつの商品と接しているだろう。そしてこれらの商品をどのような基準で「買おう」と判断したのだろうか。衣・食・住に関連する必需品なら価格と機能性を勘案しながら購入するが、ファッションや趣味にまつわる商品であれば、デザインや広告によって購買行動が左右されたに違いない。私たちが日常使用している数多くの商品の機能や存在意義を考察し、消費者がそれぞれの商品の購買に至るまでの過程を明らかにする作業には、まだほとんど着手されていない。

さらに戦後60年、終戦―復興―高度成長―石油ショック―安定成長―バブル経済―バブル崩壊という時代の流れにおいて、どれだけの商品が生まれ、消えていったのだろうか。石川教授は具体的に、はがき・手紙がファックス・Eメールにとってかわられ、公衆電話が消えて携帯電話が急速に浸透してきた事実などを指摘している。「商品が、われわれの生活、暮らしぶりを変えてきたし、変えて

いるし、変えつつあるし、今後も変え続ける」ことに留意し、「生活スタイルと商品の関係、つまり商品が生活の変容に与えるインパクトの強さ、その含意」を解明することが大切なのである。

いまひとつ看過できないのは、商品が商品の機能を超え、家族のあり方や家庭と社会の関係などにまで強い影響を及ぼしている点である。石川教授は「ランドマーク商品」という概念を提示されており、これは「その出現によって、それ以前の生活スタイルを大きく変え、生活の利便化、効率化、安楽化、安直化、簡便化つまり労働の軽減と自由時間の増大に決定的な影響を与え、多様な生活スタイルを実現させ、その背景となる価値観の変容をも促すほどのパワーを持った商品」を指す。その典型は三種の神器（白黒テレビ・電気洗濯機・電気冷蔵庫）と3C（自家用車・カラーテレビ・クーラー）である。三種の神器・3Cの出現は、主婦の家事労働を著しく軽減し、女性の社会進出を促した。しかしその反面、家族団欒の時間が減り、食事や子供の教育、老人の介護・扶養など、本来は家族の機能と考えられてきたことが、外部化される傾向が強まっている。このような変化を、生活の衰弱と否定的に捉えるのか、高度化と肯定的に考えればよいのかに関しては、まだ一致した見解が得られていない。ただここで忘れてはいけないのは、ランドマーク商品のプラス面にのみスポットを当てるのではなく、「人間本来の創造性、主体性、自立性を歪め、社会の動揺・衰弱、秩序の破壊、家庭という共同体の崩壊（変質）」といったマイナスの側面にも目を向けることである。この課題に関しては、経済・商学の専門家だけでなく、各分野の技術者、心理学者や社会学者も巻き込んだ学際的な研究を進展させる必要がある。

なお石川論文では指摘されていないが、商品史研究の現代的意義も強調されるべきであろう。周知のように消費はGDPの約60%を占める最重要項目である。長期化する平成不況の底流にあるのは消費不振であり、我々のまわりにある無数の商品が生活にどのような影響を与えているか、あるいはより消費者のニーズを満たすためにはどのような改善が必要かといった点を分析せずに消費をよみがえらせることは不可能である。

国立科学博物館では1997年度より、「産業技術史資料の評価・保存・公開等に関する調査研究」が進められ、この成果をふまえて2002年度「産業技術史資料情報センター」が設置された。戦後日本経済の歩みにおいて、様々な技術（その結果としての商品）が誕生したが、それらはどのような経緯で開発され、いかに変容して今日に至っているかを体系的に分析することは重要な課題である。これまで過去の技術（商品）の保存は個別企業に任されてきたが、最近になって国が本格的な取組を始めた点は大いに評価できる。（詳しくは下記のホームページ参照）このような動きも追い風となって商品史研究の蓄積が進み、社会経済史学に新たな局面が開かれることを期待したい。

<http://sts.kahaku.go.jp/>